

Edelman / Bloom Project / Jeschenko

Geflügelwirtschaft startet Dialogoffensive

Die Agentur Edelman ist federführend bei einer 2,5 Millionen Euro teuren Informationskampagne der Deutschen Geflügelwirtschaft. Die Frankfurter verantworten alle Kommunikations- und PR-Maßnahmen.



Für die optische Gestaltung von Anzeigen und Website hat der Dienstleister die Münchner Online-Agentur Bloom Project ins Boot geholt. Jeschenko aus Köln betreut die Food-PR, wozu beispielsweise Rezepte gehören. Ziel der „Dialogoffensive“, wie der Verband die Kampagne bezeichnet, ist es, die Geflügelwirtschaft als gesprächsbereit gegenüber Verbrauchern und Öffentlichkeit zu positionieren. „Es gibt ein großes Informationsbedürfnis bei den Verbrauchern“, sagte Christiane Riewerts, Sprecherin des Zentralverbands der deutschen Geflügelwirtschaft (ZDG).

Im Zuge der Kampagne wurden die Website deutsches-gefluegel.de überarbeitet und eine Dialogplattform eingerichtet, auf der Nutzer Fragen stellen können. Welche davon beantwortet werden, entscheiden die Website-Besucher. Schon seit einem Jahr gibt es auf der Seite zudem die Rubrik „Geflügel-TV“, in der mehr als 30 Videoclips chronologisch Einblick in die Tierhaltung und -verarbeitung geben. Auch kritische Themen wie Transport und Schlachtung werden gezeigt. Die Clips wurden in den neuen Webauftritt integriert und werden bei Bedarf ergänzt. Ein weiterer Teil der Kampagne sind Informationsveranstaltungen für Politiker, Journalisten und Handel.

 zum E-Paper-Portal

 RSS-Feed abonnieren

 prmagazin auf Twitter

 prmagazin auf FB

Suche

>> auf der Website